

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Инновации в торговой деятельности
сборник учебно-методических материалов

Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
экономического факультета
Амурского государственного
университета*

Составитель: Рычкова Е.С.

Инновации в торговой деятельности: Сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. - 40 с.

© Амурский государственный университет, 2017

© Кафедра экономической безопасности и экспертизы, 2017

© Рычкова Е.С., составление

Содержание

1	Краткое изложение лекционного материала	4
2	Методические рекомендации к практическим занятиям	28
3	Методические рекомендации к лабораторным занятиям	31
4	Методические рекомендации для выполнения самостоятельной работы	36

1. Краткое изложение лекционного материала

Лекция – одна из базовых форм обучения обучающихся. Углубляясь в значение термина, можно сказать, что лекцией следует называть такой способ изложения информации, который имеет стройную логическую структуру, выстроен с позиций системности, а также глубоко и ясно раскрывает предмет.

В зависимости от задач, назначения и стиля проведения различают несколько основных видов лекций: вводная, информационная, обзорная, проблемная, визуализационная, бинарная, конференция, консультация. Лекция, особенно проблемного характера, дополняет учебники и учебные пособия. Она оказывает существенное эмоциональное влияние на обучающихся, будит мысль, формирует интерес и желание глубоко разобраться в освещаемых лектором проблемах.

Тема 1. Введение

Цель: Ознакомление с целями и задачами курса «Инновации в торговой деятельности»

План:

1. Цель и задачи курса, его структура.
2. Междисциплинарный характер курса

Инноватика - экономическая наука, изучающая закономерности инновационных изменений в макро- и микроэкономических системах.

Предметом изучения инноватики являются: новации (новшества), инновации (нововведения), инновационные процессы.

Содержание инноватики:

- закономерности инновационного развития;
- деловые циклы и технологические уклады;
- понятие новации, инновации, их основные свойства;
- жизненный цикл инноваций;
- классификация инноваций;
- характеристика инновационных процессов, этапы осуществления;
- факторы, определяющие результативность инновационных процессов;
- методы инновационного менеджмента;
- виды эффектов в инновационной сфере.

Условиями и предпосылками появления и развития инноватики — науки об инновациях явилось ускорение развития научно-технического прогресса, а также экономическая востребованность результатов научно-технического прогресса, новые возможности получения прибыли за счет создания и внедрения новшеств.

Пульсации в промышленном развитии, характеризующиеся периодами подъема, насыщения, а затем спада, позволили ряду ученых выдвинуть гипотезу об объективных закономерностях, присущих индустриальному обществу. Эти закономерности экономического развития были обусловлены угасанием старых и зарождением новых отраслей. Уменьшить период и глубину стадии депрессии в развитии экономической системы и ускорить переход к стадии подъема возможно посредством активизации процессов нововведений.

Изучением инновационных процессов, сущности нововведений, особенностей инновационного развития занимается наука — инноватика.

Методами исследования инноватики являются:

- методы анализа;
- методы прогнозирования;
- методы моделирования;
- методы планирования.

Инноватика оперирует следующими понятиями:

Новация (новшество) — разработка, осуществленная на базе новой идеи (нового научного открытия).

Инновация (нововведение) — результат практического освоения новшества (внедренная новация).

Изобретение — новое, обладающее существенными отличиями техническое решение задачи.

Научное открытие — выявление ранее неизвестного закона природы или получение ранее неизвестных данных.

Инновационный процесс — последовательность этапов создания и использования нововведения.

Инновационная деятельность — комплекс работ, включающих поиск и отбор инновационных идей, разработку на их основе новшеств, внедрение и тиражирование инноваций.

Жизненный цикл инновации — совокупность стадий от разработки нового продукта до его ввода на рынок и устаревания.

Жизненный цикл товара — совокупность стадий от ввода новшества на рынок до спада объемов продаж и выходы товара с рынка.

Жизненный цикл технологии — совокупность стадий от зарождения технологических нововведений до их рутинизации, т.е. освоения в стабильных, постоянно функционирующих элементах объектов.

В современной концепции инноватики выделяют инновации-продукты и инновации-процессы.

Продуктовые нововведения — инновационные изменения, которые могут быть представлены в материализованном виде (в виде нового объекта).

Процессные нововведения — инновационные изменения в последовательности или структуре выполнения определенных действий или операций.

Инноватика как область научных знаний тесно связана с инновационным менеджментом.

Понятие «инновационный менеджмент» характеризуют три аспекта:

- 1) область экономической науки по управлению инновациями;
- 2) управленческая деятельность по регулированию инновационных процессов;
- 3) аппарат управления инновациями.

В развитии инновационного менеджмента как области науки выделяют четыре этапа.

1. Факторный подход.

Характерные особенности этапа:

- наука и техника являются основными факторами экономического развития страны;
- научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы — главный фактор развития производственного потенциала предприятия;
- управление инновационными процессами базируется на использовании статистических факторных моделей, нормировании трудоемкости, материало-, фондоемкости научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

2. Функциональный подход.

Характерные особенности этапа:

- рациональное разделение труда;
- специализация управленческих функций;
- экономико-математическое моделирование инновационных процессов;
- использование методов сетевого планирования, оптимизационных моделей.

3. Системный подход.

Характерные особенности этапа:

- рассмотрение предприятия в качестве сложной организационной системы, состоящей из взаимосвязанных элементов;
- учет факторов внешней конкурентной и внутренней организационной сред, влияющих на инновационный процесс;

4. Ситуационный подход.

Характерные особенности этапа:

- систематизация наиболее вероятных вариантов реализации инновационного процесса;
- анализ внешних и внутренних факторов, определяющих успех инноваций;

• выработка управленческих решений, оптимальных для конкретной инновационной ситуации.

2. Сущность и функции инновационной деятельности.

Цель: Ознакомление с сущностью и функциями инновационной деятельности

План:

1. Содержание понятия «инновация». Виды инноваций. Инновационные процессы.
2. Жизненный цикл и функции инноваций. Источники инновационных возможностей.
3. Сущность, содержание и классификация инноваций.

Термин «innovation» в переводе с английского означает «нововведение».

В соответствии с классификацией Й.Шумпетера понятие «нововведения» рассматривается как:

1) изготовление нового, т. е. еще неизвестного потребителям, блага или создание нового качества того или иного блага;

2) внедрение нового, т. е. данной отрасли промышленности еще практически неизвестного метода (способа) производства, в основе которого лежит новое научное открытие и который может заключаться также в новом способе коммерческого использования соответствующего товара;

3) освоение нового рынка сбыта, т. е. такого рынка, на котором до сих пор данная отрасль промышленности этой страны не была представлена независимо от того, существовал ли этот рынок прежде или нет;

4) получение нового источника сырья или полуфабрикатов равным образом независимо от того, существовал ли этот источник прежде, или считался недоступным, или его еще только предстояло создать

5) проведение соответствующей реорганизации например, обеспечение монопольного положения или подрыв монопольного положения другого предприятия.

Инновация – это конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта.

Новшество — это оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективности.

Новшества и изобретения становятся инновациями после их коммерциализации (внедрения).

Время между появлением новшества и воплощением его в инновацию называется инновационным лагом.

Новшества могут оформляться в виде:

- открытий;
- изобретений;
- патентов;
- товарных знаков;
- рационализаторских предложений;
- документации на новый или усовершенствованный продукт, технологию, управленческий или производственный процесс;
- организационной, производственной или другой структуры;
- ноу-хау;
- понятий;
- научных подходов или принципов;
- документа (стандарта, рекомендаций, методики, инструкции и т. п.);
- результатов маркетинговых исследований и т. д.

В литературе приведен ряд классификаций инноваций. Наиболее полную типологию нововведений предлагает А. И. Пригожин :

1) по типу новшества:

- материально-технические (техника, технология, материалы);
- социальные;
- экономические;
- организационно-управленческие;
- правовые;
- педагогические;

2) по инновационному потенциалу:

- радикальные (базовые);
- комбинаторные (использование различных сочетаний);
- модифицирующие (улучшающие, дополняющие);

3) по принципу отношения к своему предшественнику:

- замещающие (вместо устаревшего);
- отменяющие (исключают выполнение операций);
- возвратные (к предшественнику);
- открывающие (новые, аналогов нет);

4) по объему применения:

- точечные;
- системные (технологические, организационные и т. п.);
- стратегические (принципы управления, производства);

5) по эффективности (целям):

- эффективность производства;
- эффективность управления;
- улучшение условий труда и т. д.;

6) по социальным последствиям:

- вызывающие социальные издержки;
- новые виды монотонного труда;
- вредные условия и т. п.;

7) по особенностям механизма своего осуществления:

- единичные (на один объект);
- диффузные (на многие объекты);
- завершенные и незавершенные;
- успешные и неуспешные;

8) по особенностям инновационного процесса:

- внутриорганизационные;
- межорганизационные;

9) по источнику инициативы:

- прямой социальный заказ;
- в результате изобретения.

Каждая инновация реализуется по схеме, называемой инновационным циклом, включающим различные этапы — от идеи до коммерциализации новшества.

3. Государственное регулирование инновационного развития.

Цель: Ознакомление с государственным регулированием инновационного развития.

План:

1. Национальная инновационная система. Государственная поддержка и стимулирование инновационных процессов. Регулирование инновационной деятельности в промышленно развитых странах.

2. Система государственного регулирования инновационных процессов в Российской Федерации. Организация науки и научно-технических исследований. Направления инновационного развития России. Государственная поддержка инновационной деятельности в торговле.

Инновационная деятельность традиционно считается сферой поддержки и активной государственной политики.

Государственная научно-техническая политика — составная часть социально-экономической политики, которая выражает отношение государства к науке и научно-технической деятельности, определяет цели, направления, формы деятельности органов государственной власти РФ в области науки, техники и реализации достижения науки и техники.

Основы государственной инновационной политики РФ изложены в следующих концептуальных документах:

1. Концепция устойчивого развития.
2. Концепция инновационной политики РФ на 1998—2000 гг.
3. Концепция реформирования российской науки на период 1998—2000 гг.
4. Концепция инновационной политики РФ на 2001—2005 гг.
5. Основы политики РФ в области развития науки и технологий на период до 2020 г. и дальнейшую перспективу.

Основные цели государственной научно-технической политики:

1. Развитие, рациональное размещение и эффективное использование научно-технического потенциала.
2. Увеличение вклада науки и инноваций в развитие экономики государства.
3. Структурные преобразования в области материального производства.
4. Улучшение социально-экономической ситуации.
5. Улучшение экологической обстановки.
6. Укрепление обороноспособности страны.
7. Обеспечение безопасности личности.
8. Упрочнение связи науки и образования.

Государственная научно-техническая политика осуществляется исходя из следующих основных принципов:

1. признание науки социально значимой отраслью;
2. гласность, экспертиза, конкурсность;
3. гарантия приоритетного развития фундаментальных исследований;
4. интеграция различных форм деятельности и структур;
5. поддержка конкуренции и предпринимательской деятельности в области науки и техники;
6. концентрация ресурсов на приоритетные направления;
7. стимулирование;
8. развитие науки, научно-технической и инновационной деятельности;
9. развитие международного сотрудничества.

Основными направлениями государственной инновационной политики являются:

1. Государственная поддержка и стимулирование инвесторов наукоемких, высокотехнологичных производств.

Это может быть осуществлено путем объединения усилий со стороны государства и частных инвесторов, взаимодействия со странами дальнего и ближнего зарубежья.

Стимулирование такого сотрудничества может осуществляться за счет введения определенных налоговых льгот относительно средств, финансирующих инновационную деятельность, государственных гарантий и кредитов.

2. Создание механизма внешнеэкономической поддержки по формированию условий для совместной деятельности отечественных и зарубежных организаций по выпуску отечественной наукоемкой продукции с учетом дальнейшей ее реализации на внешнем рынке.

3. Планирование в бюджетах разных уровней прямых государственных инвестиций для инновационных программ и проектов, имеющих государственные приоритеты.

4. Развитие системы лизинга для привлечения наукоемкого оборудования.
5. Стимулирование участия инновационно-активных предприятий в международных конкурсах.

Основные функции государственных органов.

Роль государства в инновационной деятельности проявляется в его функциях, направленных на регулирование всех процессов, имеющих место в инновационной сфере. Наиболее важные государственные функции в сфере инноваций следующие.

1. Распределительная функция.

Это достигается за счет распределения финансовых ресурсов на научные исследования и инновации, во-первых, через бюджет, во-вторых, за счет формирования специальных фондов.

Государством аккумулируются и распределяются не только денежные средства, но материально-технические, интеллектуальные ресурсы.

2. Стимулирующая функция.

Стимулирующее воздействие государства на инновационную деятельность проявляется через поощрение конкуренции, финансовые субсидии, льготы участникам инноваций.

Государство может осуществлять частичное или полное страхование инновационных рисков. Государство способно и наказывать хозяйствующие субъекты введением санкций за выпуск устаревшей продукции, использование устаревших технологий.

3. Координация инновационной деятельности.

Государство формирует единое технологическое пространство, что обеспечивает совместимость нововведений.

Координация работ во времени, синхронность по технологическим стадиям, стадиям научно-инновационного цикла.

Организационную координацию научных исследований и разработок, финансируемых за счет средств федерального бюджета, а также средств акционерных обществ, контрольный пакет акций которых находится в государственной собственности.

4. Правовое обеспечение инновационной деятельности.

- формирование законодательной базы;
- создание функционирующего правового механизма;
- системы соблюдения правовых норм

5. Кадровое обеспечение инноваций.

Оно начинается во время профессионального обучения.

Содержание обучающих профессиональных программ любого уровня (вузовского, поствузовского) должно быть построено на сочетании и сбалансированности фундаментальных, универсальных и специальных знаний.

6. Информационное обеспечение.

Государство должно способствовать распространению нововведений путем научно-инновационной инфраструктуры.

Оно может выступать посредником между инновационными субъектами, оказывать помощь в поиске партнеров, заключении сделок под государственные гарантии.

Государственные структуры должны предоставлять инноваторам юридические, деловые, консультационные услуги и т. д.

7. Обеспечение общественного статуса инновационной деятельности достигается через пропаганду научно-технических достижений и нововведений, моральное поощрение участников инновационной деятельности, повышение их социальной защищенности и т. д.

8. Учет региональных особенностей и регулирование инновационной деятельности в регионах.

9. Регулирование международных аспектов инновационной деятельности.

4. Стратегия и планирование инновационной деятельности.

Цель: Ознакомление со стратегией и планированием инновационной деятельности

План:

1. Содержание и характеристика различных типов стратегий. Государственная инновационная стратегия. Инновационная стратегия предприятий. Планирование инноваций и инновационные проекты. Принципы планирования.

2. Содержание инновационного проекта. Виды проектов. Этапы разработки

инновационных проектов. Роль и характер инвестиции в инновационных процессах. Риски в инновационной деятельности.

Цели и задачи стратегического управления инновациями.

Стратегическое управление инновациями является составной частью инновационного менеджмента и решает вопросы планирования и реализации инновационных проектов, рассчитанных на значительный качественный скачок в предпринимательстве, производстве или социальной среде предприятия.

По своей сущности любые стратегические меры, принимаемые предприятием, носят инновационный характер, поскольку они так или иначе основаны на нововведениях в его экономическом, производственном или сбытовом потенциалах.

Стратегия нововведений (инновационная политика) предполагает объединение целей технической политики и политики капиталовложений и направлена на внедрение новых технологий и видов продукции.

Она предусматривает выбор определенных объектов исследований, с помощью которых предприятие в первую очередь осуществляет систематический поиск новых технологических возможностей.

Общий менеджмент определяет генеральную линию стратегического развития и включает:

1. нормативный менеджмент — разработка философии, предпринимательской политики, определение позиции предприятия в конкретной нише рынка; формулирование общих стратегических намерений;

2. стратегический менеджмент — выработка набора стратегий, их реализация во времени, фиксирование изменений, переформулирование стратегий, стратегический контроль и контроллинг, управление стратегическими решениями в целом;

3. оперативный менеджмент — разработка и реализация оперативных (тактических) мер, связанных с практическим осуществлением мероприятий по внедрению стратегий в действие.

В жизненном цикле любого ИП четко прослеживаются состояния относительной статичности и относительной динамики. Все зависит от содержания цели, которая ставится перед каждой стадией.

Цели стратегического управления инновациями подразделяют на:

- функциональные (поддержание достигнутого состояния системы);
- новые (приобретение нового качественного состояния системы).

Новые цели требуют выхода на новые ориентиры, новые критерии равновесия в системе, новые решения, новые организационные структуры, т.е. вызывают необходимость разработки и осуществления комплекса действий, которые определяются как стратегии.

Стратегия в общем виде — это поиск наиболее результативных вариантов ввода в действие ресурсов (капитала, рабочей силы) в соответствии с главными целями предприятия и с учетом ситуации на рынке как в настоящий момент, так и ожидаемой в будущем.

Стратегия предполагает разработку обоснованных мер и планов (программ, проектов) достижения намеченных целей, в которых должны быть учтены научно-технический и производственный потенциалы предприятия и его рыночно-сбытовые возможности.

Стратегические цели отражают генеральную линию развития ИП.

Стратегическая цель ориентирована на решение той или иной проблемы, или задачи, связанной с рынком или с принципиальным вопросом выживаемости инновационного предприятия.

Стратегические цели делятся на количественные и качественные.

К количественным целям относятся:

- рыночные цели (оборот, рост, доля рынка);
- экономические цели (прибыль, рентабельность);
- финансовые цели (структура капитала, ликвидность).

К качественным целям относятся.

- стратегическая миссия предприятия;

- независимость предприятия;
- стандарт качества продукции;
- постановка сервисного обслуживания клиентов;
- уровень управления фирмой;
- политическое и общественное влияние.

Постановка и формулирование стратегических целей служат исходной базой для выбора и разработки обеспечивающих их достижение стратегий.

Общие задачи стратегического управления инновациями позволяют ответить на следующие вопросы:

1. Какими продуктами и на каких рынках должно развивать свою активность ИП в перспективе, учитывая ограничения со стороны внешней среды?
2. Посредством каких нововведений, какими методами (программы, проекты) будут достигнуты стратегические цели?
3. В каких масштабах и из каких источников будут выделены ресурсы по стратегические цели?
4. В рамках каких организационных форм (традиционная линейно-штабная структура, матричная или проектная структура, СХЕ или центры руководства каждой стратегической целью) осуществляется инновационный процесс на ИП?
5. Посредством какого стиля управления, с каким составом сотрудников и с помощью какого инструментария следует обеспечить регулирование контроль стратегического инновационного процесса?

Процесс стратегического инновационного управления состоит из взаимосвязанных этапов:

- стратегическое планирование инноваций (анализ ситуации, разработка стратегий);
- реализация стратегий;
- стратегический контроль.

В практике стратегического управления инновациями получили распространение следующие методы:

1. управление на основе экстраполяции, при котором на перспективу предполагается развитие тех же тенденций, что и в прошлом периоде;
2. управление на основе разработки принципиально новых стратегий. Применяется в том случае, когда становятся очевидными новые тенденции развития и требуется принятие новых принципов управления;
3. управление на основе принятия оперативных решений.

Применяется при возникновении непредвиденных обстоятельств и тенденций развития.

Инновационные стратегии предприятия.

Выделяют следующие виды стратегий.

1. Базовые — заключаются в выборе модели поведения инновационного предприятия в целом и отдельной стратегической хозяйственной единицы в той или иной конкретной рыночной ситуации,

2. Функциональные — комплексы мероприятий и программ для отдельных функциональных сфер и подразделений инновационных предприятий. Они имеют подчиненное значение и являются по существу ресурсными программами, обеспечивающими практическую реализацию базовых стратегий.

По характеру взаимодействия с внешней средой стратегии бывают:

1. оборонительные (отражают реакцию предприятия на действия конкурентов и косвенно — на потребности и поведение потребителей). Делятся на защитные, имитационные, выжидательные, непосредственного реагирования;

2. наступательные.

Включают:

- активные НИОКР, ориентированные на маркетинг;
- стратегии слияния;
- стратегии приобретения.

Наступательные стратегии обычно требуют кредитных инвестиций и, следовательно, более применимы на инновационных предприятиях, располагающих достаточно высоким финансовым потенциалом, квалифицированным составом менеджеров и творческим научно-техническим персоналом.

Выработка инновационных стратегий на предприятии основана на решении следующих задач:

1. оценка возможностей и ресурсов инновационного предприятия для реализации поставленных целей;
2. выявление тенденций в маркетинговой деятельности и научно-технической сфере;
3. анализ инновационных стратегий с выбором альтернатив;
4. подготовка детальных альтернативных планов, программ, проектов и бюджетов реализации инновационной стратегии;
5. оценка деятельности инновационного предприятия с учетом определенных целей и установленных планов.

При разработке инновационных стратегий необходимо учесть их следующие особенности:

1. Стратегии ИП находятся под влиянием изменений во внешней среде. Они могут сами формировать эти изменения своим активным воздействием либо откликнуться в форме реакции (стратегии приспособления). Изменения внешней среды могут быть уже наступившими или еще только ожидаемыми.

2. Стратегии дают возможность установить, каким образом можно ввести в действие имеющийся потенциал с учетом существующих и ожидаемых в будущем сильных и слабых сторон с тем, чтобы выполнить намерения ИП.

3. Стратегии ИП дают лишь общее направление, по которому развивается ИП. Поэтому они должны дополняться мероприятиями тактического порядка.

4. Цель стратегий ИП — формирование устойчивого потенциала успеха с учетом его преимуществ перед конкурентами.

В целом инновационные стратегии предприятия можно разделить на две группы:

1. Стратегии проведения НИОКР.

Эта группа стратегий связана с проведением предприятием исследований и разработок.

- Лицензионная стратегия. В соответствии с данной стратегией предприятие основывает свою деятельность в области НИОКР на приобретении исследовательских лицензий на результаты исследований и разработок контрактных научно-технических организаций или других предприятий. Приобретаются незаконченные или завершенные разработки с целью их дальнейшей доработки и использования в процессе осуществления собственных НИОКР.

При этом предприятие получает собственные результаты в гораздо более короткие сроки и зачастую с меньшими затратами.

- Стратегия параллельной разработки предполагает приобретение технологической лицензии на готовый продукт либо процесс с

целью их форсированного опытного освоения и проведения с учетом такого освоения собственных разработок и дальнейшего производства технологии уже по результатам собственных разработок.

- Стратегия исследовательского лидерства нацелена на достижение долговременного нахождения предприятия на передовых

позициях в области НИОКР в определенных направлениях.

- Стратегия опережающей наукоемкости. Предприятие, использующее данную стратегию, стремится иметь наукоемкость продукции выше среднего уровня по отрасли (подотрасли). Эта стратегия может быть применена в условиях острой конкурентной борьбы на рынке, когда имеет значение время выхода нового продукта на рынок, в периоды, когда важно опередить другие предприятия в снижении цен и издержек.

- Стратегия следования жизненному циклу. В данном случае

НИОКР жестко привязаны к циклам жизни продуктов и применяемых предприятием процессов. Применение такой стратегии позволит постоянно иметь задел результатов НИОКР, предназначенные для замещения выбывающих продуктов и процессов.

2. Стратегии внедрения и адаптации нововведений.

Эта группа стратегий относится к системе обновления производства, вывода продуктов на рынки, использования технологических преимуществ. Рассмотрим стратегии каждой группы более подробно.

- Стратегия поддержки продуктового ряда относится к числу наиболее простых. Ее смысл заключается в стремлении предприятия улучшать потребительские свойства выпускаемых традиционных товаров, которые не подвержены сильному моральному старению.

- Стратегия ретронововведений применима к устаревшим, но еще пользующимся и находящимся в эксплуатации изделиям.

- Стратегия сохранения технологических позиций может быть использована предприятиями, которые занимают сильные конкурентные позиции, но в силу определенных причин на некоторых этапах развития испытывают сильный и неожиданный натиск конкурентов и не могут вкладывать необходимые средства в обновление производства и продукции. Такая стратегия не может быть успешной в течение длительного времени.

- Стратегии продуктовой и процессной имитации. Предприятие может заимствовать технологии со стороны. Причем заимствование касается как продукции, так и процессов ее производства.

- Стратегия стадийного преодоления предполагает переход к высшим стадиям технологического развития, минуя низшие.

- Стратегия технологической связанности — предприятие осуществляет технологически связанные инновации.

- Стратегия технологического трансферта реализуется головными предприятиями вертикально-интегрированных структур. Они передают уже отработанные технологии малым предприятиям, входящим в названную структуру.

- Стратегия следования за рынком нацеливает предприятия на выпуск продукции наиболее рентабельной и пользующейся рыночным спросом в данный момент. Такая стратегия может быть использована на начальных стадиях развития фирмы, когда еще не определены точно ее миссия и профиль.

- Стратегия вертикального заимствования. Малые предприятия в составе крупных вертикально-интегрированных структур вынуждены принимать и заимствовать технологии у предприятий — лидеров данных структур.

- Стратегия радикального опережения выражает действия предприятия и его стремление выйти первым на рынок с радикально новым продуктом (или производить его новым способом).

- Стратегия выжидания лидера принимается крупными предприятиями-лидерами в периоды выхода на рынок новых продуктов, спрос на которые еще не определен. Первоначально на рынок выходит малая фирма, а затем инициативу (в случае удачи) перехватывает лидер.

5. Нормативно-правовое регулирование инновационной деятельности

Цель: Ознакомление с нормативно-правовым регулированием инновационной деятельности

План:

1 Правовые акты Российской Федерации. Законы, регулирующие права в области информатизации и применения новейших технологий.

2. Основные формы государственной поддержки научной и инновационной деятельности.

К формам государственной поддержки научной деятельности относится:

1. прямое бюджетное финансирование;
2. льготное налогообложение прибыли от реализации научных разработок;
3. освобождение от уплаты налогов на собственность и землю, относящуюся к научным организациям;

4. освобождение от импортных таможенных тарифов на ввозимое имущество для научных организаций.

К формам государственной поддержки инновационной деятельности относятся:

1. прямое финансирование;
2. предоставление индивидуальным изобретателям и малым внедрческим предприятиям беспроцентных банковских ссуд;
3. создание венчурных инновационных фондов, пользующихся значительными налоговыми льготами;
4. снижение государственных патентных пошлин для индивидуальных изобретателей;
5. отсрочка уплаты патентных пошлин по ресурсосберегающим изобретениям;
6. реализация права на ускоренную амортизацию оборудования;
7. право на ускоренную амортизацию;
8. создание сети технополисов, технопарков и т. п.

Правовая база инновационной деятельности в РФ представлена рядом законодательных актов.

1. ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ. Определяет основные функции государственных структур управления в научно-технической сфере.

2. ФЗ «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике» от 23 декабря 1999 г. № 535-ФЗ.

Определяет формы государственной поддержки инновационной деятельности, включая стимулирование субъектов инновационной деятельности путем предоставления льгот и пр.

3. ФЗ «О статусе наукограда» от 07 апреля 1999 г. № 70-ФЗ.

Регламентирует вопросы, связанные с порядком присвоения статуса наукограда, осуществлением государственного стимулирования научно-технической деятельности в наукоградах.

4. Патентный закон РФ. Определяет условия и порядок предоставления правовой охраны объектам промышленной собственности (изобретениям, полезным моделям, промышленным образцам), а также определяет права и обязанности патентообладателей.

5. Закон об авторском праве и смежных правах. Регламентирует вопросы, связанные с защитой прав на результаты творческой деятельности (музыкальные, литературные и художественные произведения). Закон охраняет права автора произведения и лиц, способствующих ознакомлению с ними широкой аудитории (звукозаписывающие студии, издательства, исполнители и пр.).

6. Указы Президента РФ «О мерах по развитию фундаментальной науки в РФ и статусе РАН», «О Концепции перехода РФ к устойчивому развитию», «О государственных научных центрах РФ».

7. Постановления Правительства РФ «О государственной поддержке развития науки и научно-технических разработок», «О неотложных мерах по усилению государственной поддержки науки в РФ», «О создании условий для привлечения инвестиций в инновационную сферу», «Об использовании результатов в научно-технической деятельности».

В России предусмотрен ряд льгот по налогообложению субъектов научно-технической и инновационной деятельности.

1. Инвестиционный налоговый кредит (ИНК) — предоставление отсрочки налоговых платежей с последующей поэтапной уплатой суммы кредита и начисленных процентов. ИНК может быть предоставлен по налогу на прибыль организации при наличии следующих оснований:

а) проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ либо технического перевооружения производства, в том числе для создания рабочих мест для инвалидов и защиты окружающей среды от загрязнения промышленными отходами;

б) осуществление внедрческой и инновационной деятельности, в том числе создание новых или совершенствование применяемых технологий, создание новых видов сырья;

в) выполнение особо важного заказа по социально-экономическому развитию региона или

предоставление особо важных услуг населению.

Срок действия ИНК составляет от 1 года до 5 лет, в течение которых ежегодные налоговые платежи могут быть снижены на 30% от стоимости оборудования (по п. 1), по п. 2, 3—по соглашению, но не более чем на 50% от суммы налога. Проценты по ИНК начисляются в размере от 1/2 до 3/4 ставки рефинансирования Центробанка.

2. Льготы по налогу на добавленную стоимость (НДС) —от уплаты НДС освобождаются: выполнение НИОКР за счет средств бюджета, а также средств Российского фонда фундаментальных исследований, Российского фонда технологического развития и образуемых для этих целей внебюджетных фондов; выполнение НИОКР учреждениями образования и науки на основе хозяйственных договоров.

3. Льготы по земельному налогу предусмотрены для научно-исследовательских учреждений.

4. Уменьшение налогооблагаемой базы на суммы затрат связанных с изобретательством и рационализаторством.

6. Предпринимательство и инновации

Цель: Ознакомление с понятиями предпринимательство и инновации

План:

1. Экономическое развитие общества и предпринимательской деятельности
Возникновение и сущность предпринимательства. Развитие российского предпринимательства. Цикличное развитие экономики. Исследования Н.Д.Кондратьева, теория инновационных процессов Й.Шумпетера. Исследования Н.Д. Кондратьева о цикличном развитии экономики.

2. Теория инновационных процессов Й. Шумпетера. Технологические уклады развития. Роль предпринимателя в инновационных процессах. Предпринимательская деятельность в торговле.

В основе инноватики лежит волновая теория русского экономиста — директора Московского института конъюнктуры в 20-х гг. XX в. Н.Д. Кондратьева. Он выявил наличие длинных конъюнктурных волн в экономическом развитии общества и тем самым определил развитие экономики как процесс неравномерный и циклический.

В соответствии с волновой теорией любая экономическая система характеризуется чередованием периодов подъема и спада в своем развитии (цикл конъюнктурных волн, выявленных Кондратьевым, длится около 50 лет, это так называемые «длинные» волны).

Большие циклы конъюнктуры (длинные конъюнктурные волны) включают:

- сезонные циклы (продолжительность менее года);
- короткие циклы (продолжительность три — четыре года);
- средние циклы (продолжительность семь — одиннадцать лет).

На базе своих исследований Кондратьев сделал ряд выводов.

Во-первых, перед началом повышательной волны каждого большого цикла происходят значительные преобразования в социально-экономических процессах, которые выражаются в появлении значимых научных открытий, технических изобретений, изменений в сфере производства и обмена.

Во-вторых, периоды подъема циклов конъюнктурных волн сопровождаются, как правило, крупными социальными потрясениями (такими, как революции, войны).

В-третьих, понижательные волны данных циклов связаны с длительной депрессией сельского хозяйства.

Ученый также предположил, что поскольку повышательная волна большого цикла характеризуется радикальными изменениями в хозяйственных процессах, то ее возникновение обусловлено накоплением на стадии депрессии достаточного капитала для осуществления инвестиционной деятельности по обновлению основных производительных сил общества.

Конъюнктурные циклы, по мнению Кондратьева, носят международный характер и рассматриваются как последовательное нарушение и восстановление экономического равновесия.

Понятие «инновация» (нововведение) в экономическую науку было введено Йозефом Шумпетером, который рассматривал инновацию как средство преодоления экономических кризисов.

На основе теории «длинных» конъюнктурных волн деловой активности он выявил новую возможность вывода производственной системы из кризиса, связанную не с ростом масштабов деятельности, сокращением издержек или ростом цены на прежнюю продукцию, а с изменением в хозяйственном процессе за счет создания и внедрения инноваций.

По Шумпетеру, с помощью нововведений предприятие может использовать новые конкурентные приемы, отличные от прежних ценовых форм конкуренции.

Данные конкурентные приемы ученый назвал эффективной конкуренцией, а исключительное положение компании, созданное благодаря неценовым формам конкуренции, — эффективной монополией.

Эффективной монополией, в соответствии с концепцией Шумпетера, является положение компании, при котором она может извлечь дополнительные преимущества от осуществления инновационных изменений в собственной хозяйственной системе:

- выпуск новой продукции, не представленной на рынке;
- использование новых приемов управления, неизвестных конкуренту;
- освоение новой технологической линии;
- использование новых материалов и т.д.

Под нововведением Шумпетер понимал «новые комбинации, изменения в развитии». В своем основополагающем труде «Теория экономического развития» (1912) он выделяет пять случаев нововведений (сам термин «инновация» ученый стал использовать только в 1930-х гг.). К ним относятся:

- введение нового продукта либо неизвестного потребителям, либо нового вида продукта (потребительская новизна);
- внедрение нового метода производства;
- открытие нового рынка, на который данная отрасль промышленности не была представлена ранее;
- открытие нового источника сырья;
- внедрение новой организационной структуры в какой-либо отрасли промышленности.

Шумпетером было введено также понятие кластера инноваций — совокупности (пакета) базисных инноваций, реализуемых в единый момент времени.

Ученый отметил, что нововведения появляются не равномерно, а группами (кластерами). Стимулом к зарождению новых кластеров инноваций служат новые научные открытия. Концепция неравномерности инновационной активности составляет основу современных концепций научно-технического развития.

Технологические уклады в экономике

Современные инновационные теории объясняют чередование циклов деловой активности сменой технологических укладов в общественном производстве.

Под термином «уклад» следует понимать установившийся порядок организации какой-либо системы, для технологического уклада характерно наличие единого технического уровня производительных сил и общего научного потенциала.

Жизненный цикл технологического уклада составляет примерно 100 лет и включает несколько фаз.

Первая фаза определяет зарождение нового технологического уклада, базирующегося на современных научных открытиях.

Для второй фазы характерна монополия, которой добиваются отдельные компании, производящие новые продукты. Монополия удерживается некоторое время (до 20 лет), в течение которого фирмы-монополисты извлекают максимальную прибыль.

В результате ответных действий, предпринимаемых конкурентами, монопольное положение нарушается и возникает третья фаза технологического уклада — доминирование.

Для фазы доминирования характерен скачок в развитии, которому способствует ускоренный приток капитала в новый технологический уклад. Продолжительность данной фазы

около 50 лет, она связана со структурной перестройкой экономики, обновлением технологических процессов в общественном производстве.

Жизненный цикл технологического уклада завершает фаза угасания. Доминирование нового уклада в экономике приводит к постепенному устареванию предшествующего уклада.

Как самостоятельная область научных знаний инновационный менеджмент сформировался во второй половине XX столетия.

Инновационный менеджмент — это совокупность научно обоснованных принципов, форм, методов, приемов и средств управления инновациями в сфере их создания, освоения в производстве и продвижении на рынок с целью получения прибыли.

Рынок этот отличен от обычного рынка товаров и услуг, это рынок научных, технологических и организационно-управленческих новшеств.

Цели инновационного менеджмента:

1. найти новое техническое решение в области создания изобретения;
2. проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;
3. организация серийного производства;
4. одновременной подготовке и организации сбыта такой продукции;
5. внедрение нового товара на рынок;
6. закрепление на новых рынках с помощью более высокого качества и конкурентоспособности товара.

Общая классификация целей инновационного менеджмента проводится по следующим главным критериям:

1. Уровню (стратегические и тактические);
2. Видам среды (внешние и внутренние);
3. Содержанию (экономические, социальные, политические, научные, технические, организационные и т.д.);
4. Приоритетности (приоритетные, постоянные, традиционные, разовые);
5. Периоду действия (долгосрочные, среднесрочные, краткосрочные);
6. Функциональным структурам (производство, НИОКР, персонал, финансы, маркетинг, менеджмент);
7. Стадиям жизненного цикла организации (возникновение, рост, спад и завершение жизненного цикла).

Инновационный менеджмент предполагает выполнение следующих задач (работ):

1. разработка и осуществление единой инновационной политики;
2. разработка проектов и программ инновационной деятельности;
3. подготовка и рассмотрение проектов по созданию новых видов продуктов;
4. контроль за ходом работ по созданию новой продукции и ее внедрению;
5. финансовое и материальное обеспечение проектов инновационной деятельности;
6. подготовка и обучение персонала для инновационной деятельности;
7. формирование целевых коллективов, групп, осуществляющих решение инновационных проектов.

Выделяют две группы функций инновационного менеджмента:

- 1) основные функции
- 2) обеспечивающие функции.

Основные функции — это планирование (стратегическое, текущее, оперативное), организация, мотивирование, контроль.

Основные функции инновационного менеджмента являются общими для всех видов и любых условий ведения инноваций, они отражают содержание основных стадий управления инновационной деятельностью.

К обеспечивающим функциям инновационного менеджмента относят функции, способствующие эффективному осуществлению основных функций:

- социально-психологические
- технологические или процессуальные функции.

Социально-психологические функции менеджмента связаны с состоянием

производственных отношений в коллективе.

Различают две их разновидности: делегирование и мотивацию.

Делегирование - комплекс управленческих решений, способствующих рациональному распределению работ по управлению инновационными процессами и ответственности за их осуществление между сотрудниками аппарата управления.

Делегированием можно считать ситуацию, когда заказчик делегирует полномочия по руководству работами по инновационному проекту руководителю проекта.

Мотивация — создание системы моральных и материальных стимулов для сотрудников организации, обеспечение их профессионального уровня и возможности карьерного роста, т. е. создание условий, оказывающих воздействие на поведение человека.

Объектами инновационного менеджмента выступают инновационные процессы:

- сфера научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, инновационная деятельность предприятия- сами научно-технические новшества.

Инновационная деятельность зависит от экономических условий, которые задает рынок. Нововведения взаимосвязаны с рынком следующим образом:

• с одной стороны, направление инновационной деятельности в основном определяет рыночная конъюнктура, характеризующая текущее состояние отрасли и тенденции ее развития; при этом снижение спроса на научно-техническую продукцию уменьшает инновационную активность предприятий;

• с другой стороны, инновации активно формируют не только предложение нового продукта, но и спрос, изменяя ситуацию на рынке.

Инновационная сфера представляет собой область взаимодействия новаторов, инноваторов и инвесторов.

Таким образом, инновационное пространство составляют три составных элемента, определяющих спрос и предложение:

- 1) рынок новаций (новшеств);
- 2) рынок инновационного предпринимательства;
- 3) рынок инвестиций.

1. Рынок новаций образуют инновационные проекты, нуждающиеся в финансировании и внедрении.

Предложение на рынке новаций формируют следующие субъекты инновационной деятельности:

- научно-исследовательские институты и университеты,
- малые инновационные фирмы,
- индивидуальные изобретатели.

Инновационные проекты, предлагаемые на рынке новации, могут находиться на разных стадиях разработки:

- идея;
- прикладные исследования;
- опытный образец;
- инновационный продукт, осваиваемый в производстве.

Цена новации определяется коммерциализуемостью новшества, которая зависит от степени разработанности, а также практической и коммерческой значимости.

Новация превращается в инновацию в результате практического использования.

2. Рынок инновационного предпринимательства образуют компании, внедряющие и использующие нововведения и ноу-хау.

К ним относятся внедренческие фирмы, осуществляющие продвижение инноваций на рынке, а также потребители, применяющие новшества в своей деятельности.

3. Рынок инвестиций формируют источники капитала, используемого для финансирования процессов нововведений.

В качестве субъектов инвестирования инновационной деятельности выступают: корпорации, банки, инвестиционные фонды, частный капитал, государство, население.

Особенность финансирования инновационных процессов заключается:

- в потенциальной возможности многократно увеличить вложенный капитал;
- высокой степени риска потери инвестиционных вложений.

Для снижения рисков проводится детальный анализ перспектив и полезности будущего инновационного продукта, а также используются механизмы возврата предоставляемых инвестиций и управления рисками.

7. Управление инновационной деятельностью в компании.

Цель: Ознакомление с методами управления инновационной деятельностью в компании

План:

1. Организация инновационной деятельности. Цели инновационной деятельности. Динамическое моделирование бизнеса. Управление инновациями. Управление знаниями. Создание нововведений и их внедрение.

2. Классификация предприятий по типу инновационного поведения. Инновационная деятельность в сфере торговли. Управление осуществлением инновационного процесса.

Для успешного функционирования компания должна иметь стратегию развития, соответствующую возможностям фирмы и условиям внешней среды и предполагающую инновационные изменения. Управление инновационными изменениями составляет содержание инновационного менеджмента.

Таким образом, инновационный менеджмент это управленческая деятельность, направленная на формирование и достижение целей инновационного развития предприятия путем эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Инновационный менеджмент относится к программно-целевым формам управления.

Программно-целевое управление предполагает осуществление разработки и реализации целевых комплексных программ (инновационных проектов).

Инновационный проект — это совокупность взаимообусловленных и взаимосвязанных по ресурсам, срокам и исполнителям мероприятий, направленных на достижение инновационных целей предприятия.

Управление инновационными проектами основано на использовании следующих принципов:

- селективного управления (выбор проектов по приоритетным направлениям развития экономики);
- системности (взаимосвязь проекта с концепцией развития предприятия);
- комплексности (увязка элементов проекта между собой, комплексное управление проектом);
- обеспеченности (наличие необходимых ресурсов для осуществления работ по проекту).

Главная цель инновационного менеджмента — результативность инновационного процесса, т.е. максимизация эффекта от коммерциализации нововведения.

Достижение главной цели определяется эффективным управлением следующими аспектами инновационной деятельности:

- 1) поиск инновационных идей;
- 2) организация разработки новации;
- 3) внедрение и распространение инновации.

1.1. Поиск инновационных идей

Итак, процесс нововведений начинается с зарождения замысла об изменении. В любой организации, заботящейся о собственной конкурентоспособности должен существовать так называемый «портфель инновационных идей». Для его формирования используются внешние и внутренние источники.

К внешним источникам относятся:

- научные разработки, выполняемые научно-исследовательскими институтами;
- результаты маркетинговых исследований;
- разработки, предоставляемые по каналам коммерческого технологического обмена (в том числе по лицензиям);

- патентная информация;
- разработки потенциальных конкурентов.

Практика. Источниками информации могут также являться различные печатные издания, статистические сборники, справочники, отчеты акционерных компаний, информация из системы сбыта. Формированию новых идей могут способствовать изменения в законодательстве, структуре отрасли, в ценностных установках и восприятиях (пример: в Западной Европе — эколого-ориентированное общество переход на экологически чистое производство), а так же состояние мировой экономики.

Внутренние источники включают:

- ноу-хау фирмы;
- рационализаторские предложения в области техники, технологии, организации, управления.

Практика. Большое количество оригинальных идей возникает у рядовых сотрудников, в должностные обязанности которых не входит осуществление инновационной деятельности. Для учета и обработки рациональных предложений работников на предприятии используются типовые формы, помогающие сотрудникам сформулировать сущность инновационной идеи.

Задачей менеджера на этапе поиска инновационных идей является стимулирование творческой деятельности членов трудового коллектива по выработке неординарных решений.

Для генерирования идей используются различные методы, в частности:

- 1) «мозговой штурм»;
- 2) синектика;
- 3) метод ассоциаций и аналогий;
- 4) метод фокальных объектов.

«Мозговой штурм»

Суть этого метода состоит в совместном выдвижении идей по интересующей проблеме для последующего выбора наиболее рациональной мысли. При этом процессы выработки решений и оценки их значимости и целесообразности разделены. Подобный прием повышает результативность творческой деятельности за счет раскрепощения ее участников. «Мозговой штурм» происходит следующим образом. Организуется заседание специалистов по данной проблеме, при этом создаются условия для свободного обмена идеями в непринужденной атмосфере. Для стимулирования творческой активности стены помещения для «мозгового штурма» могут быть украшены картинами в стиле абстракционизма.

В процессе «штурма» участники высказывают свои соображения по поводу поставленной задачи, причем они могут носить шуточный характер. На данном этапе ничего не обсуждается, а предлагаются только идеи (обсуждать и критиковать чужие идеи запрещается).

Высказывания участников «мозгового штурма» протоколируются, а затем анализируются экспертами, которые выбирают наиболее рациональные идеи.

Синектика

Данный метод использует те же правила, которые применяются при «мозговом штурме». Отличия заключаются в том, что в синектике для генерирования новых идей привлекаются специалисты из различных областей, смежных с той, в которой сформулирована проблема (стык различных дисциплин). Этот прием позволяет повысить оригинальность и качество предлагаемых идей, так как участники свободны от стереотипов при выработке решения и не обременены специальными знаниями, в рамках которых могут выдвигаться идеи. Таким образом, синектика используется для расширения видения проблемы и снижения зависимости от мнений узкоквалифицированных специалистов.

Метод ассоциаций и аналогий

Данный метод основан на применении различных ассоциаций и аналогий при формировании идеи. Используются прямая, личная и символическая виды аналогий.

Прямая аналогия — сравнение характеристик нового продукта (процесса) с параметрами аналогичного продукта (процесса). В этом случае выбирается базовый (эталонный) образец, с которым осуществляется сравнение (например, изучается опыт ведения хозяйственной деятельности компании-конкурента для использования на своем предприятии).

Личная аналогия — вживание в образ, при котором разработчики новой продукции отождествляют себя с потребителями данной продукции и используют собственные ощущения для определения запросов покупателей.

Символическая аналогия — обобщенная аналогия, в которой используются символы (например, экономико-математические модели).

Метод фокальных объектов

Суть метода состоит в присвоении признаков случайно выбранных объектов к изменяемому объекту, который лежит как бы в фокусе переноса. Этот объект называется фокальным.

Метод осуществляется следующим образом. Выбирается фокальный объект, произвольным образом находят случайные объекты и составляется перечень свойств, характерных для этих случайных объектов. Свойства случайных объектов присоединяются к фокальному, и затем предлагаются идеи о том, каким будет фокальный объект с новыми, не характерными для него признаками. Далее осуществляется развитие идеи с использованием ассоциативного мышления. Заключительным этапом является оценка и выбор идеи.

8. Интеллектуальная собственность в инновационных процессах

Цель: Ознакомление с понятием интеллектуальной собственности в инновационных процессах

План:

1. Человеческий фактор. Интеллектуальный продукт. Интеллектуальный продукт как собственность.. Интеллектуальная собственность как товар. Использование прав на интеллектуальную собственность в сфере туризма.

2. Охрана и защита интеллектуальной собственности. Способы охраны и защиты интеллектуальной собственности. Международные соглашения об охране интеллектуальной собственности.

Под интеллектуальной собственностью понимается творение человеческого разума, человеческого интеллекта в виде информации, которая может быть представлена на материальном носителе и распространена в неограниченном количестве копий по всему миру.

Материально-вещественную основу интеллектуальной собственности составляет интеллектуальный продукт, являющийся результатом творческих усилий его создателей — отдельной личности или коллектива.

Интеллектуальный продукт может иметь различные формы: научные открытия и изобретения, результаты технологических и проектных работ, образцы новой продукции, новой техники и материалов, новая технология, научно-производственные, консалтинговые, экономико-финансовые, управленческие, маркетинговые услуги, а также различные виды литературно-художественного творчества и т. д.

Объектом интеллектуальной собственности являются документально подтвержденные права на результаты интеллектуальной деятельности.

Объектами права интеллектуальной собственности являются:

- 1) изобретения во всех областях человеческой деятельности;
- 2) промышленные образцы;
- 3) товарные знаки, знаки обслуживания, коммерческие наименования и обозначения;
- 4) полезные модели;
- 5) литературные, художественные произведения и научные труды;
- 6) компьютерные программы;
- 7) интегральные микросхемы;
- 8) исполнительская деятельность артистов, фонограммы и радиопередачи;
- 9) репрография;
- 10) новые разработки в области вещания;
- 11) биотехнологии;
- 12) пресечение недобросовестной конкуренции;

13) ноу-хау.

Понятие интеллектуальной собственности охватывает два типа объектов — промышленной собственности и авторского права.

1. К промышленной собственности относятся изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки и знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, конфиденциальная информация.

К изобретениям относятся: устройство, способ, вещество, штамм микроорганизма, культуры клеток растений и животных, которые обладают существенными отличительными техническими решениями, а также применения указанных объектов по новому назначению.

Изобретение охраняется патентом 20 лет.

К промышленным образцам относится художественно-конструктивное решение изделия, определяющее его внешний вид, который наряду с техническим уровнем определяет уровень конкурентоспособности продукции. Патент на промышленный образец действует в течение 10 лет с последующим возможным продлением, но не более чем на 5 лет.

Товарный знак и знак обслуживания — это обозначения, способные соответственно отличить товары и услуги одних юридических лиц или граждан от товаров и услуг других юридических лиц и граждан. В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации.

В последнее время в национальных законодательствах уделяется внимание знакам особых видов: звуковым, цветовым и т. д., которые рассчитаны на восприятие различными органами чувств.

Формой правовой охраны является свидетельство на товарный знак. Срок действия свидетельства обычно составляет 10 лет с возможностью продления на 10 лет неограниченное число раз.

Фирменное наименование — имя или обозначение, позволяющее идентифицировать предприятие и охраняющее против не правомерных действий третьих лиц. В странах с развитой законодательной системой исключительное право на использование фирменного наименования предоставляется после его регистрации в установленном порядке. Право на фирменное наименование является бессрочным и прекращается в случае ликвидации фирмы. Будучи имущественным неотчуждаемым правом, оно не подлежит продаже.

Бренд — широко известный товарный знак или наименование фирмы, имеющей заслуженную репутацию и производящей качественные продукты и услуги.

2. Авторское право охватывает преимущественно результаты литературного и художественного творчества (поэмы, музыку, картины и т. п.), к которым в последнее время добавились и объекты научно-технической сферы (программы для ЭВМ, базы данных, топологии интегральных микросхем) и Web-страницы.

Исполнительская деятельность артистов охраняется правами, смежными с авторскими.

Объекты промышленной собственности охраняются нормами патентного права. Особым объектом промышленной собственности является защита от недобросовестной конкуренции.

Научные открытия не относятся ни к авторскому, ни к патентному праву, поскольку с ними не связаны какие-либо исключительные права.

Перечень объектов, входящих в состав интеллектуальной собственности, устанавливается законодательством соответствующей страны с учетом принятых международных обязательств.

В соответствии с определением, изложенным в п. VIII ст. 2 Конвенции, учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС) (в Стокгольмской редакции от 14 июля 1967 г.), «интеллектуальная собственность включает права, относящиеся:

- к литературным, художественным и научным произведениям;
- исполнительской деятельности артистов, звукозаписи, радио- и телепередачам;
- изобретениям во всех областях человеческой деятельности;
- научным открытиям;
- товарным знакам, знакам обслуживания, фирменным наименованиям и коммерческим обозначениям;
- защите против недобросовестной конкуренции, а также другие права, относящиеся к

интеллектуальной деятельности в производственной, научной, литературной и художественной областях”.

В российском законодательстве пока отсутствует развернутое определение объектов интеллектуальной собственности. В соответствии со ст. 138 Гражданского кодекса РФ интеллектуальная собственность — это исключительное право гражданина или юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица и продукции, выполняемых работ или услуг (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и т. д.).

Охрана интеллектуальной собственности является ключевым моментом инновационной деятельности. Ее состояние, прежде всего состояние патентной системы, может стимулировать или, напротив, сдерживать инновационную деятельность компаний. Ввиду особой нематериальной природы объектов данной собственности отсутствие или лишение патентных прав означает утрату самой собственности. Поэтому ее охрана, а также пресечение недобросовестной конкуренции входят в число стратегических целей как компаний, так и государства.

К основным формы защиты промышленной собственности относятся:

Патент — свидетельство, выдаваемое компетентным правительственным органом, изобретателю и удостоверяющее его монопольное право на использование этого изобретения. Практически все товары, выпускаемые на рынок, являются запатентованными. Срок действия патента обычно ограничивается 15—20 годами, и он действует только на территории той страны, где он выдан. Для поддержания патента в силе законодательно требуется периодическая уплата высоких патентных пошлин.

Лицензия — разрешение, выдаваемое владельцем технологии (лицензиаром), защищенной или не защищенной патентом, заинтересованной стороне (лицензиату) на использование этой технологии в течение определенного времени, на определенной территории и за определенную плату.

Основные формы передачи технологий.

Передача технологий на коммерческой основе осуществляется в следующих основных формах:

- патентные соглашения — торговая сделка, при которой владелец патента уступает свои права на использование изобретения покупателю патента;
- лицензионные соглашения — торговая сделка, при которой собственник нематериальных активов предоставляет другой стороне разрешение на использование прав на интеллектуальную собственность в определенных пределах;
- ноу-хау — предоставление технического опыта и секретов производства, включающих сведения технологического, экономического, административного, финансового характера, использование которых обеспечивает определенные преимущества. Предметом купли-продажи являются незапатентованные изобретения, имеющие коммерческую ценность;
- инжиниринг — предоставление технологических знаний, не обходимых для приобретения, монтажа и использования купленных или арендованных машин и оборудования. Сюда входит широкий комплекс мероприятий по подготовке технико-экономического обоснования проектов, осуществлению консультаций, надзора, проектирования, испытаний, гарантийного и послегарантийного обслуживания.

К числу мероприятий по передаче технологии на некоммерческой основе относятся выставки, научные конференции, симпозиумы, обмен публикациями и т. д.

Главной формой международного научно-технического обмена в настоящее время является лицензионная торговля.

Она стабильно в 3—4 раза превышает темпы торговли традиционными товарами. Лицензионные операции сконцентрированы в промышленно развитых странах — свыше 90% купли-продажи. Ведущее место занимают США, Япония, Великобритания. Развивающиеся страны начали предлагать передовую технологию лишь с 70-х гг. в основном в виде сублицензий, при этом они, как правило, импортируют новейшие технологии.

Лицензионная торговля обладает отраслевой специализацией - основной объем

лицензионной торговли сконцентрирован в электротехнике, электронной и химической промышленности. Основной объем купли-продажи лицензий совершается между материнскими компаниями и филиалами.

9. Влияние научно-технических нововведений на развитие торговли

Цель: Ознакомление с процессами влияния научно-технических нововведений на развитие торговли

План:

1. Инновационные процессы на транспорте и в средствах размещения. Тенденции развития авиационного транспорта. Железнодорожный транспорт. Развитие морских круизов. Инновации в гостиничном бизнесе. Развитие информационных технологий. Глобальные распределительные системы. Информационные технологии, их внедрение в производственные процессы.

2. Способы распространения инновационных продуктов. Применение информационных технологий в торговле. Глобальные распределительные системы. Электронная коммерция

Достижения науки и техники все более широко применяются и в сфере обращения, что стимулирует увеличение товарооборота, способствует повышению культуры торговли, создает условия для совершенствования технологии, механизации и автоматизации торговых процессов, более эффективного использования торговых и складских площадей, транспортных средств.

Социальное значение научно-технического прогресса находит выражение в улучшении условий труда работников торговли, облегчении тяжелых и трудоемких работ.

Широкое использование в торговле достижений научно-технического прогресса способствует значительному изменению характера и содержания труда торговых работников, их профессионального состава. Возрастают требования к подготовке специалистов, способных работать в условиях применения современных прогрессивных технологий, совершенных систем переработки и передачи коммерческой, распорядительной и исполнительной информации.

К важнейшим направлениям научно-технического прогресса в торговле могут быть отнесены:

совершенствование действующей торговой сети и строительство современных предприятий торговли;

индустриализация строительства предприятий торговли;

механизация и автоматизация трудоемких работ;

широкое применение пакетных и контейнерных систем грузовой переработки товарных потоков;

электронизация торговых операций;

внедрение прогрессивных технологий торгового обслуживания;

автоматизация контрольно-кассовых операций и внедрение магазинных пластиковых карт при расчетных операциях;

автоматизация процессов продажи товаров;

автоматизация процессов холодильной обработки продуктов.

С развитием рыночных отношений произошли существенные изменения в составе сети предприятий оптовой и розничной торговли.

В настоящее время большинство оптовых предприятий относятся к негосударственной форме собственности и являются в основном мелкими как по числу работающих, так и по размеру складской площади. Большинство этих предприятий не приспособлены для применения прогрессивной технологии складской переработки грузов и не могут обеспечить высокую эффективность товароснабжения розничной торговой сети.

Поэтому одним из важных направлений развития материально-технической базы оптовой торговли является создание сети современных оптовых предприятий, обеспечивающих применение эффективных технологий.

Существенные изменения произошли в составе розничной торговой сети. Большинство из

них относятся к негосударственной форме собственности и являются преимущественно мелкими предприятиями. Совершенствование розничной торговой сети должно происходить как за счет реконструкции действующих, так и за счет строительства новых современных предприятий (супермаркетов, гипермаркетов и т.д.). Индустриализация строительства предприятий торговли предполагает применение при строительстве сборных конструкций, деталей, стандартных и унифицированных элементов полной заводской готовности, что способствует сокращению сроков возведения объектов и удешевляет строительство.

Торговля – одна из самых отсталых отраслей по уровню механизации труда. Многие операции (фасовка, внутримagaзинное перемещение товаров и т.д.) выполняются вручную. В связи с этим одной из первоочередных задач использования достижений научно-технического прогресса в торговле является оснащение предприятий торговли оборудованием для транспортировки, складирования, погрузочно-разгрузочных и других технологических операций с грузами. Широкое применение пакетных и контейнерных систем грузовой переработки товарных потоков позволяет создать более эффективную систему товароснабжения розничной торговой сети. При этом сокращаются затраты ручного труда на погрузочно-разгрузочных операциях, повышается эффективность использования транспортных средств, торговых и складских площадей, сокращаются товарные потери и расходы на упаковку товаров. Очень важное значение имеет внедрение прогрессивных технологий торгового обслуживания, которые должны быть основаны на широком применении современных, удобных для покупателей методов продажи товаров. Это в первую очередь относится к продаже товаров методом самообслуживания, по образцам, каталогам, по заказам и на дому у покупателей, автомагазинной продаже и т.д.

Одним из главных факторов существенного ускорения процесса реализации товаров и обслуживания покупателей является автоматизация контрольно-кассовых операций на основе современных высокопроизводительных электронных кассовых аппаратов. Для оснащения магазинов должны использоваться кассовые аппараты, позволяющие вести не только расчеты с покупателями, изучать покупательский спрос, учитывать число покупателей, но и обрабатывать магнитные и микропроцессорные карты, а также собственные дисконтные карты магазина. Крупный современный магазин, торгующий скоропортящимися продовольственными товарами, должен быть оснащен высокоэффективным холодильным оборудованием с централизованным хладоснабжением. Централизованное хладоснабжение экономично. Включенное в его систему оборудование (холодильные прилавки, прилавки-витрины и т.д.) требует для хладоснабжения меньших затрат электроэнергии, проще в обслуживании, не создает шума в торговом зале, не выделяет при эксплуатации тепла. Одним из направлений научно-технического прогресса в розничной торговле является автоматизация процесса продажи товаров на основе торговых автоматов, а также создание автоматизированных магазинов.

10. Инновационные процессы в торговле

Цель: Ознакомление с инновационными процессами в торговле

План:

1. Глобализация экономики и ее влияние на развитие туризма. Глобализация — путь перемен. Глобализация экономики и сервис. Деловое партнерство. Влияние политической, экономической и социальной сфер на инновационные процессы в торговле.
2. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации услуг.

На сегодняшний день розничная торговля является одним из ведущих секторов экономики, в котором необходимость протекания инновационных процессов обуславливается движущей их силой развития прогресса, новейших технологий и, как следствие, повышение качества продукции и предоставляемых услуг.

Наиболее развитым видом торгового бизнеса выступают торговые сети, поэтому основная часть инноваций и технологий розничной торговли разрабатывается и внедряется именно в данном направлении.

Согласно официальной российской терминологии, инновация представляет собой конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

Под инновациями в розничной торговле можно понимать прибыльное использование нововведений в виде новых перспективных продуктов, технологий, услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, коммерческого, финансового, административного или иного характера, направленных на процесс совершенствования торговли. Такое трактование авторы связывают с ключевыми компонентами сущности инноваций как таковых, в числе которых:

- 1) креативность, то есть умение генерировать новые идеи;
- 2) стратегия, которая предполагает выяснение того, является ли эта идея новой и полезной с точки зрения развития организации;
- 3) реализация, смысл данной компоненты заключается в переходе от новой и полезной идеи до ее реализации в виде конкретных продуктов и услуг;

4) прибыльность - повышение до максимума ценности конечного продукта и услуг, полученной от реализации новой и полезной идеи.

Помимо ключевых компонентов, торговые инновации должны обладать рядом присущих ей свойств. Например, торговая инновация должна обладать свойством новизны, безопасности, потенциальной ценности и конкурентоспособности, свойством совместимости, то есть неразрывной взаимосвязи систем производителя и потребителя.

В данном контексте необходимо отметить, что в зависимости от технологических параметров инновации подразделяются на продуктовые и процессные:

продуктовые инновации предусматривают создание новых продуктов, полуфабрикатов, материалов и комплектующих;

процессные инновации означают новые методы организации производства (новые технологии).

Процесс внедрения инноваций в розничную торговлю приносит значительный ряд преимуществ, в числе которых можно выделить следующие:

- обеспечение эффективности доведения товаров до конечного потребителя;
- минимизация затрат и сокращение потери при использовании складов и торгового оборудования;
- внедрение различных информационных систем для сокращения документооборота и сокращения ошибок, возникающих под влиянием человеческого фактора;
- повышение продуктивности работы персонала организации и создание необходимых условий труда;
- создание системы безопасности и энергосбережения.

Данные преимущества являются безусловным плюсом для развития розничной торговли, а роль инноваций в этом аспекте можно сформулировать в контексте двух проблем:

- 1) первая проблема, которую реально разрешить при помощи внедрения инноваций в розничную торговлю – это облегчение деятельности сотрудников торговой организации;
- 2) вторая проблема заключается в облегчении процесса покупки для потребителей.

Основной же задачей инноваций в розничной торговле является обеспечение высоким качеством процессов купли-продажи, товаров и товародвижения, торгового обслуживания и торговой деятельности организации в целом.

Наиболее важным для организаций розничной торговли является внедрение инновационных технологий, что позволяет более эффективно использовать здания, торговые площади, технические средства, торговое оборудование, программные продукты, а также создавать необходимые условия для снижения затрат и повышения эффективности работы всего предприятия в целом.

Как позволяет отметить все вышесказанное ранее по тексту, осуществление инновационных процессов на торговом предприятии необходимо для его эффективного

функционирования и успешного развития в будущем, а также для наиболее полного удовлетворения запросов потребителей.

Исследование наиболее ярких новинок в сфере розничной торговли привело нас к выделению из общего перечня те инновационные технологии, которые обеспечивают не только удобство работы сотрудников организации, но и облегчают процесс покупки у потребителя. Например, таковыми являются электронные ценники.

Так, в конце 2014 года магазины столкнулись с проблемой резких скачков цен на товары, что является большой и трудозатратой проблемой для магазинов, где сотни и тысячи наименований товаров требуют корректировки и обновления ценников. Решением этой проблемы могут стать именно электронные ценники, которые позволяют оперативно изменять цены на товар.

Электронные ценники имеют массу достоинств, в числе которых следующие:

цена на любой товар на полке, кассе и в учетной системе всегда актуальна, а своевременная смена цен дает возможность избежать залеживания уцененного товара;

снижаются издержки обращения от потери товара в среднем на 17% по овоще-фруктовым витринам и 8% по всему магазину в целом;

происходит полная замена ручного труда, что исключает необходимость привлечения персонала на переклеивание ценников, что в свою очередь, снижает вероятность возникновения ошибок;

промо-акции можно настроить по таймеру. Управляющее электронными ценниками программное обеспечение самостоятельно изменяет цены в запланированное время;

возможность одновременной замены цен по всей торговой сети. Оператору достаточно внести новую цену в базу, и электронные ценники одновременно сменяют старую информацию на новую во всех магазинах;

возможность размещения дополнительной информации. Помимо названия товара, цены и штрих-кода, на ценнике можно указать и дату поступления товара, а также всевозможные акции на похожие товары.

Недостатком электронных ценников является высокая цена. Причем, себестоимость самого ценника невысока – от 5 до 15 долларов, основные затраты приходятся на покупку и на монтаж оборудования. Стоимость оснащения одного гипермаркета системой электронных ценников измеряется несколькими десятками тысяч долларов. Со временем данные затраты окупятся, но не каждый предприниматель может и готов потратить большую сумму сразу.

Следующим примером инноваций в розничной торговле хотелось бы отметить «умную» тележку» – электронный сенсорный консультант на продуктовых тележках в супермаркетах.

Для посетителей супермаркетов Канадская компания Springboard Networks представила обычную продуктовую тележку с необычными функциями. Ее особенностью является то, что она имеет специальное устройство с сенсорным экраном, которое показывает информацию о любом товаре, продающемся в данном супермаркете. Схема ее работы следующая. По беспроводной сети Wi-Fi устройство соединяется с базой данных и центральным сервером товаров супермаркета. Покупатели, благодаря этому сенсорному экрану, имеют возможность просмотреть информацию о любом товаре магазина, кроме этого на нем отображаются: новые предложения, реклама и проводимые акции и скидки. Информация в общей базе данных о продукции, продаваемой в магазине, периодически обновляется торговым персоналом, это дает возможность покупателям мгновенно узнавать изменения в товарном ассортименте и о самих товарах.

Подобная система была предложена еще в конце 2005 года, но только в настоящее время технология Concierge Electronic Shopping System получила в супермаркетах реальное применение. Данная технология является очень выгодной и перспективной, и поэтому со временем бесспорно получит широкое распространение.

Современное и оптимальное решение проблем контроля товаро-потоков, предлагают RFID технологии.

RFID (англ. Radio Frequency IDentification, радиочастотная идентификация) - это способ автоматической идентификации объектов, в котором посредством радиосигналов считываются или записываются данные, хранящиеся в так называемых транспондерах, или RFID-метках.

Для воплощения в реальность данного решения необходимо, чтобы товар, к которому прикреплен гибкая электронная метка, был в поле действия RFID-ридера (считывающего устройства). Современные радиочастотные идентификационные технологии дают возможность одновременного проведения учета и контроля перемещения нескольких десятков единиц товара.

Товары оснащаются RFID метками, которые представляет собой миниатюрную антенну, нанесенную на прозрачную подложку и кремниевый чип, на который может записываться и перезаписываться самая различная информация о товаре. Товары с радиометкой, попадая в поле действия ридера, передает все данные в базу данных системы.

Таким образом, RFID система полностью заменяет привычную систему штрихового кодирования со всеми его функциями, а главное дает дополнительные возможности бесконтактного дистанционного считывания метки. Технология RFID значительно снижает роль человеческого фактора в осуществлении рабочих процессов, которые происходят в магазине и на складе, что исключает возможность ошибок.

В своей структуре RFID радиометки имеют встраиваемую противокражную функцию, которая может быть активирована или деактивирована. В сочетании со специальными противокражными RFID-воротами, использующими новейшие разработки в этой области и выполняющими функцию предотвращения воровства.

Стоит отметить, что во многих отечественных магазинах розничной торговли уже представлены различные виды технологий самообслуживания. Согласно прогнозу наиболее высокие темпы роста российского ИТ-рынка ожидаются в секторе ритейл, по данным IDC, в среднем 10,7% в год. Это говорит о том, что российские розничные компании понимают, насколько важно использовать и постоянно модернизировать ИТ- инфраструктуру для построения конкурентоспособного бизнеса в условиях роста требований покупателей и меняющегося внешнего окружения.

2. Методические рекомендации к практическим занятиям

Практические занятия являются одним из видов занятий при изучении курса дисциплины и включают самостоятельную подготовку студентов по заранее предложенному плану темы, конспектирование предложенной литературы, составление схем, таблиц, работу со словарями, учебными пособиями, первоисточниками, написание эссе, подготовку докладов, решение задач и проблемных ситуаций.

Целью практических занятий является закрепление, расширение, углубление теоретических знаний, полученных на лекциях и в ходе самостоятельной работы, развитие познавательных способностей.

Задачей практического занятия является формирование у студентов навыков самостоятельного мышления и публичного выступления при изучении темы, умения обобщать и анализировать фактический материал, сравнивать различные точки зрения, определять и аргументировать собственную позицию. Основой этого вида занятий является изучение первоисточников, повторение теоретического материала, решение проблемно-поисковых вопросов. В процессе подготовки к практическим занятиям студент учится:

- 1) самостоятельно работать с научной, учебной литературой, научными изданиями, справочниками;
- 2) находить, отбирать и обобщать, анализировать информацию;
- 3) выступать перед аудиторией;
- 4) рационально усваивать категориальный аппарат.

Самоподготовка к практическим занятиям включает такие виды деятельности как:

- 1) самостоятельная проработка конспекта лекции, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы;

2) конспектирование обязательной литературы; работа с первоисточниками (является основой для обмена мнениями, выявления непонятого);

3) выступления с докладами (работа над эссе и домашними заданиями и их защита);

4) подготовка к опросам и контрольным работам и экзамену.

Собранные сведения, источники по определенной теме могут служить основой для выступления с докладом на занятиях по дисциплине.

Доклад – вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает сущность исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Различают устный и письменный доклад (по содержанию, близкий к реферату). Выступление с докладом выявляет умение работать с литературой; способность раскрыть сущность поставленной проблемы одногруппникам, ее актуальность; общую подготовку в рамках дисциплины.

Для того чтобы проверить, правильно ли определены основные ориентиры работы над докладом, студент должен ответить на следующие вопросы:

тема → как это назвать?

проблема → что надо изучить из того, что ранее не было изучено?

актуальность → почему данную проблему нужно в настоящее время изучать?

объект исследования → что рассматривается?

предмет исследования → как рассматривается объект, какие новые отношения, свойства, аспекты, функции раскрывает данное исследование?

цель → какой результат, работающий над темой, намерен получить, каким он его видит?

задачи → что нужно сделать, чтобы цель была достигнута?

гипотеза и защищаемые положения → что не очевидно в объекте, что до-кладчик видит в нем такого, чего не замечают другие?

Отличительной чертой доклада является научный стиль речи. Основная цель научного стиля речи – сообщение объективной информации, доказательство истинности научного знания.

Этапы работы над докладом:

подбор и изучение основных источников по теме (как и при написании реферата, рекомендуется использовать не менее 4–10 источников);

составление библиографии;

обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений;

разработка плана доклада;

написание;

публичное выступление с результатами исследования.

Общая структура такого доклада может быть следующей:

1) формулировка темы выступления;

2) актуальность темы (чем интересно направление исследований, в чем заключается его важность, какие ученые работали в этой области, каким вопросам уделялось недостаточное внимание в данной теме, почему выбрана именно эта тема для изучения);

3) цель работы (в общих чертах соответствует формулировке темы выступления и может уточнять ее);

4) задачи исследования (конкретизируют цель работы, «раскладывая» ее на составляющие);

5) методика проведения сбора материала (подробное описание всех действий, связанных с получением результатов);

6) результаты. Краткое изложение новой информации, которую получил докладчик в процессе изучения темы. При изложении результатов желательно давать четкое и немногословное истолкование новым мыслям. Желательно продемонстрировать иллюстрированные книги, копии иллюстраций, схемы;

7) выводы. Они кратко характеризуют основные полученные результаты и выявленные тенденции. В заключении выводы должны быть пронумерованы, обычно их не более четырех.

При подготовке к сообщению (выступлению на занятии по какой-либо проблеме) необходимо самостоятельно подобрать литературу, важно использовать и рекомендуемую литературу, внимательно прочитать ее, обратив внимание на ключевые слова, выписав основные понятия, их определения, характеристики тех или иных явлений культуры. Следует самостоятельно составить план своего выступления, а при необходимости и записать весь текст доклада.

Если конспект будущего выступления оказывается слишком объемным, материала слишком много и сокращение его, казалось бы, невозможно, то необходимо, тренируясь, пересказать в устной форме отобранный материал. Неоценимую помощь в работе над докладом оказывают написанные на отдельных листах бумаги записи краткого плана ответа, а также записи имен, дат, названий, которыми можно воспользоваться во время выступления. В то же время недопустимым является безотрывное чтение текста доклада, поэтому необходимо к нему тщательно готовиться. В конце выступления обычно подводят итог, делают выводы.

Рекомендуемое время для выступления с сообщением на практическом занятии составляет 7-10 минут. Поэтому при подготовке доклада из текста работы отбирается самое главное.

Тема 1. Понятие экономических ресурсов. Причины ограниченности ресурсов.

Вопросы для обсуждения:

Спрос и предложение на рынке. Формирование цены. Предприятие как экономическая категория. Внешняя и внутренняя среда предприятия. Менеджмент. Понятие. Функции. Управленческие решения и их роль при повышении эффективности деятельности предприятия. Конфликты и управление персоналом. Методы преодоления конфликтных ситуаций. Жизненный цикл товара. Понятие. Стадии жизненного цикла.

Тема 2. Сущность и виды инноваций.

Вопросы для обсуждения:

Понятие инновации. Виды инноваций. Особенности внедрения инноваций в пищевой промышленности. Процедуры разработки и внедрения инноваций на предприятиях. Методы управления инновациями. Преимущества и недостатки отдельных методов управления инновациями. Нормирование инновационной деятельности.

Тема 3. Классификация инноваций.

Вопросы для обсуждения:

Экономический механизм инновационной деятельности. Факторы инновационного развития предприятий. Экономические, экологические и технологические факторы инновационного развития предприятий. Инновационный процесс как совокупность факторов. Факторный анализ инновационного процесса.

Тема 4. Эффект и эффективность инновационных проектов.

Вопросы для обсуждения:

Понятие эффекта и эффективности. Система показателей экономической эффективности. Технологический процесс на предприятии. Методика проектирования инноваций. Экономико-математическое моделирование бизнес-процессов. Логистические модели.

Тема 5. Инновационный потенциал предприятия.

Вопросы для обсуждения:

Сущность инновационного потенциала. Аналитический и экспертный методы оценки инновационного потенциала. Факторы, влияющие на инновационные процессы предприятия. Устойчивость производства. Показатели устойчивости.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 372 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6C66C8E5-2EEA-42FD-BF32-E88489D0289D.

2. Баранчев, В. П. Управление инновациями в 2 т : учебник для академического бакалавриата / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 783 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-4629-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C2CCA91E-18BD-4B91-8159-9023C9531E7E.

б) дополнительная литература:

1. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00483-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/83CDA546-7A2E-4DBA-9268-4310D077D7C2.

2. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Антонен [и др.] ; под ред. В. А. Антонца, Б. И. Бедного. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-00934-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8142557D-E154-46F2-873C-DE254850123E.

3. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 523 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02746-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/AD997B4A-8DDF-4C25-A15A-5BA8B6BAEAF.

в) периодические издания

Российский экономический журнал

Российский журнал менеджмента

Финансовый менеджмент

Экономика и математические методы

Вопросы экономики

3. Методические рекомендации лабораторным занятиям

Важной составной частью учебного процесса являются лабораторные занятия.

Задачей преподавателя при проведении лабораторных работ является грамотное и доступное разъяснение принципов и правил проведения работ, побуждение обучающихся к самостоятельной работе, определения места изучаемой дисциплины в дальнейшей профессиональной работе будущего выпускника.

Лабораторное занятие - форма организации обучения, когда обучающиеся по заданию и под руководством преподавателя выполняют одну или несколько лабораторных работ.

Основные дидактические цели лабораторных работ - экспериментальное подтверждение изученных теоретических положений; экспериментальная проверка формул, расчетов; ознакомление с методикой проведения экспериментов, исследований. В ходе работы обучающиеся вырабатывают умения наблюдать, сравнивать, сопоставлять, анализировать, делать выводы и обобщения, самостоятельно вести исследования, пользоваться различными приемами измерений, оформлять результаты в виде таблиц, схем, графиков.

Одновременно у обучающихся формируются профессиональные умения и навыки обращения с техническими средствами. Однако ведущей дидактической целью лабораторных работ является овладение техникой эксперимента, умением решать практические задачи путем постановки опыта.

Организация и проведение лабораторных работ.

Выполнение обучающимися лабораторных работ направлено:

- на обобщение, систематизацию, углубление и закрепления полученных теоретических занятий;
- на формирование умений применять полученные знания на практике;
- на выработку при решении поставленных задач таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.

Лабораторная работ, как вид учебного занятия проводится в компьютерном классе.

Продолжительность - не менее двух академических часов. Необходимыми структурными элементами лабораторной работы являются:

- самостоятельная деятельности студентов,
- инструктаж, проводимый преподавателем,
- организация обсуждения итогов выполнения лабораторной работы.

Перед началом выполнения лабораторной работы проводится проверка знаний обучающихся - их теоретической готовности к выполнению задания.

По каждой лабораторной работе разработаны методические указания по их проведению.

Форма организации обучающихся на лабораторных работах - индивидуальная.

При индивидуальной форме организации занятий каждый обучающийся выполняет индивидуальное задание.

Тема 1. Функциональный анализ инновационной деятельности.

Функция ресурсоемкости производственного процесса на предприятии. Градиентный мониторинг функции уровня инноваций на предприятии. Обоснование структуры инвестиций в инновационный процесс. Интегральный метод оценки приращений экономических параметров проектов. Определение эффективности инновационных проектов на предприятиях отрасли. Комплексный анализ эффективности проектов и планирование инноваций.

Задание 1. Оценка интеллектуальной собственности

Предприятие приобретает ноу-хау производства изделий. Затраты на производство без ноу-хау составляют 6,5 ден. ед./шт., при этом 45 % себестоимости приходится на фонд оплаты труда. Объем реализации продукции 300000 изделий в год. Использование ноу-хау позволит экономить на каждом выпускаемом изделии 1,25 ден. ед. на материалах и 40 % на трудовых затратах. Определить стоимость ноу-хау при ставке дисконта 11 %, если по прогнозам это преимущество сохранится в течение 6 лет.

Задание 2. Оценка стоимости бренда

Компания завоевала прочные позиции на рынке. Объем реализации – 20 млн. рублей в год, в том числе 40 % суммы получено за счет услуг по аудиту, 30 % – по оценке, 30 % – другие консалтинговые услуги. Исследование рынка показало, что имеется возможность реализовывать услуги аудиторов на 25 % выше среднерыночных, оценщиков – на 10 % выше среднерыночных, консалтинг – 0 %. Предполагается, что первые 5 лет доходы будут расти на 10 % в год, а через 5 лет – на 5 %. Ставка налога на прибыль – 30 %. Ставка дисконта для оптимистичного варианта – 25 %, вероятного – 30 %, пессимистического – 35 %. Оценить стоимость брэнда аудиторской фирмы.

Тема 2. Методика анализа эффективности проектов.

Производственный, финансовый и организационный планы. Система оценки экономической эффективности проектов. Роль инноваций в сокращении ресурсоемкости производства продукции предприятия. Управление инновационной деятельностью на предприятии пищевой промышленности. Принципы организации процесса управления на предприятиях торговли. Структура отдела управления инновациями. Инвестиции в инновации. Срок окупаемости инвестиций. Поиск инвесторов. Рациональная структура инвестиций.

Задание 1. Выбор оптимального варианта

Пусть 2 проекта (А и В) предполагают одинаковый объем инвестиций – 1000 ден. ед. Проекты рассчитаны на 4 года. Проект А генерирует следующие денежные потоки: в 1-й год – 500 ден. ед., во 2-й год – 400 ден. ед., в 3-й год – 300 ден. ед., в 4-й год – 100 ден. ед. Денежные

потоки по проекту В: в 1-й год – 100 ден. ед., во 2-й год – 300 ден. ед., в 3-й год – 400 ден. ед., в 4-й год – 600 ден. ед. Стоимость капитала оценена на уровне 10 %. Определить периоды окупаемости и выбрать проект.

Задание 2. Определение эффективности проекта

Проверить целесообразность понижения цены на продукт по проекту Ин3 на 10 %, чтобы достичь точки безубыточности.

Организация «АВС» рассматривает инвестиционный проект, предусматривающий выпуск нового продукта. Для реализации проекта требуется закупить оборудование стоимостью 60000 ден. ед. Доставка и установка оборудования – 10000 ден. ед. Дополнительные оборотные средства – 30000 ден. ед. Длительность предынвестиционной и инвестиционной фазы составит

1 год. Длительность эксплуатационной фазы – 5 лет. В течение этого срока оборудование будет амортизироваться линейным методом. Предполагается, что к концу срока реализации проекта оборудование может быть продано по остаточной стоимости 10000 ден. ед., а затраты на дополнительный оборотный капитал будут полностью восстановлены. По данным маркетинговых исследований ежегодная выручка от продаж данного продукта составит 100000 ден. ед. Переменные затраты – 50000 ден. ед., постоянные – 15000 ден. ед. Рассчитать основные показатели экономической эффективности инвестиций.

Тема 3. Управление инновациями на микро- и макроуровне.

Создание службы инновационных проектов. Субсидии и государственная поддержка инноваций. Составление бизнес-плана инновационного проекта. Принципы. Структура Выявление источников финансирования. Поиск уникального предложения.

Задача 1 «Сравнение с конкурентами»

Предприятие осуществляет разработку системы дозирования воды. Имеется два проектных варианта. Используя исходные данные, предоставленные в таблице 1 оценить, какой из вариантов наиболее конкурентоспособен.

Таблица 1 – Исходные данные и результаты расчетов.

Показатели	Полезный эффект, литров	Совокупные затраты, млн. руб.	Эффективность анализируемого образца (ЕАО), л/руб.	Оценка конкурентоспособности (К _i)	Ваш выбор
1. Проект 1	499	16,7			<input type="checkbox"/>
2. Проект 2	515	16,9			<input type="checkbox"/>
3. Конкуренты:					
А	486	16,5		–	–
Б	505	16,7		–	–
В	510	16,8		–	–

Методические указания.

Для расчетов используйте следующие формулы:

1. Количественная оценка конкурентоспособности (К_i):

$$K_i = \frac{\mathcal{E}_{АО}}{\mathcal{E}_{ЛК}}$$

где: ЕЛК – эффективность лучшего образца конкурента, л/руб.; ЕАО – эффективность анализируемого образца, л/руб.:

$$\mathcal{E}_{АО} = \frac{\text{эффект}}{\text{затраты}}$$

2. Сделать выбор и обосновать его.

Задача 2 «Условие совместимости: работа в команде»

В инновационном проекте участвуют совместно 4 предприятия, которые имеют следующие исходные данные.

Таблица 2 – Исходные данные и результаты расчетов.

Показатели	Предприятия	Общая сумма,
------------	-------------	--------------

	1	2	3	4	млн. руб.
1. Чистая прибыль млн. р.	25	30	10	34	
2. Затраты на производство продукции, млн. р.	80	90	50	70	
3. Эффективность предприятия (Э _і)					–

Определить, каким образом наиболее выгодно работать: совместно или отдельно?

Методические указания.

Последовательность расчетов и необходимые формулы:

1. Рассчитайте эффективность для каждого предприятия в отдельности (Э_і), используя формулу из первой задачи.

2. Рассчитайте среднехронологическую эффективность (Эф):

$$Эф = \frac{Э_1/2 + Э_2 + Э_3 + Э_4/2}{n-1},$$

где: Э_{1...4} – эффективность соответствующего предприятия (Э_і), n – количество предприятий.

3. Рассчитать общую эффективность (Эфобщ), позволяющую оценить эффект совместной работы над проектом:

$$Эф_{общ} = \frac{\sum ПР_i}{\sum ЗТ_i},$$

где ПР_і – чистая прибыль соответствующего предприятия; ЗТ_і – затраты на производство продукции соответствующего предприятия.

4. Сделать выводы.

Задача 3 «Кто вносит наибольший вклад в общее дело?»

Процесс разработки инновационного проекта состоит из 5 взаимосвязанных процессов, каждым из которых руководит отдельное подразделение. На основании исходных данных определить, какое подразделение вносит наибольший вклад в разработку проекта.

Таблица 3 – Исходные данные и результаты расчетов.

Показатели	Общая сумма, тыс. руб.	Подразделение				
		1	2	3	4	5
1. Затраты по подразделению тыс. руб.		219 0	3820	2430	327 0	2930
1.1 Доля затрат подразделения в общей их сумме, ед.						
2. Чистая прибыль тыс. руб.		230	170	310	280	150
2.1 Доля чистой прибыли подразделения в общей сумме, ед.						
3. Коэффициент эффективности (К _{эф})	–					

Методические указания.

Последовательность расчетов и необходимые формулы:

1. Коэффициент эффективности рассчитывается по следующей формуле:

$$К_{эф i} = \frac{\text{доля } ПР_i}{\text{доля } ЗТ_i},$$

2. Сделать выводы.

Тема 4. Рыночно-государственный механизм инновационной деятельности.

Условия развития инновационных процессов. Стимулирующие факторы: инвестиционный, ценовой, налоговый, планирующий, контролирующий, информационный и правовой.

1. Изучите стратегию инновационного развития Амурской области. Какой из представленных вариантов развития предпочтительнее? Почему?

2. О какой стране идет речь (свой ответ обоснуйте)?

2.1. В этой стране эффективно развивается венчурное финансирование инновационной деятельности. Объем инвестиций неформального сектора венчурного капитала,

представленного так называемыми «бизнес-ангелами», существенно превышает объем инвестиций формального сектора. Государство активно ведет субсидирование фирм «спин-офф» (фирм-«отпрысков»), отделившихся от вузов, независимых институтов, государственных исследовательских центров и специальных лабораторий крупных промышленных предприятий. Инновационным организациям могут предоставляться льготы по оплате государственных услуг, таких как электроэнергия, связь, тепло. Наиболее эффективные венчурные фирмы и исследовательские центры могут в первые пять лет полностью или частично финансироваться из федерального бюджета. Наиболее наукоемкие и эффективные исследования государство финансирует полностью из-за их сложности, высоких издержек, риска, сильной международной конкуренции.

Необходимо отметить практику бесплатной выдачи лицензий на коммерческое использование изобретений, запатентованных в ходе бюджетных исследований и являющихся собственностью федерального правительства.

2.2. Приоритетными направлениями развития являются информационные системы, механотроника, биотехнологии, новые материалы. Государственные расходы на НИОКР в основном идут на фундаментальные исследования и генерирование принципиально новых идей. Государственная политика направлена на превращение страны из импортера лицензий в экспортера. На смену вытеснению иностранных конкурентов с существующих рынков за счет высокого качества товаров происходит ещё более сложная задача – самим формировать новые рынки, сохраняя приемлемые цены и высокое качество продукции.

2.3. Эти страны являются ведущими в составе Евросоюза. Вместе с США и Японией они входят в технологическое ядро мирового развития и занимают третье, четвертое и пятое место в мире по абсолютной величине затрат на НИОКР. Финансирование НИОКР из федерального бюджета осуществляется на 35-45%.

3. Верно/неверно данное утверждение:

3.1. Национальная инновационная система объединяет совокупность субъектов и институтов, деятельность которых направлена на осуществление и поддержку в осуществлении инновационной деятельности.

3.2. Рисковое (венчурное) инвестирование осуществляется, как правило, в крупные предприятия без предоставления ими какого-либо залога.

3.3. Формальный сектор венчурного финансирования представлен так называемыми «бизнес-ангелами», т.е. состоятельными частными инвесторами.

3.4. США, Япония, Германия, Англия и Франция входят в технологическое ядро мирового развития.

3.5. К прямым методам государственного регулирования инноваций относятся создание государством налоговых, кредитных, таможенных, амортизационных, арендных (в том числе лизинговых) льгот.

Тема 5. Финансирование инновационных проектов.

Источники финансирования. Заемные средства. Оптимизация финансовых ресурсов предприятия.

Задача 1 «Учет фактора времени в инновационном проектировании»

В производство внедряется новый агрегат по упаковке продукции. Определить экономический эффект от использования данного агрегата с учетом фактора времени, а так же величину удельных затрат, если ставка доходности проекта составляет 10%. Продолжительность проекта 6 лет.

Таблица 1 – Исходные данные и результаты расчетов.

Показатели	Время существования проекта						Общая сумма, тыс. руб.
	1	2	3	4	5	6	
1. Результаты (P_i), тыс. руб.	14260	15812	16662	18750	26250	27750	
2. Дисконтированный доход ($P_{дi}$), тыс. руб.							

3. Затраты на производство (Z_i), тыс. руб.	996	4233	10213	18140	18391	20148	
4. Дисконтированные затраты по проекту (Z_{di}), тыс. руб.							
5. Коэффициент дисконтирования (L)							

Методические указания к задаче 1.

Последовательность расчетов и необходимые формулы:

1. Рассчитайте коэффициент дисконтирования для каждого года проекта по формуле:

$$L_t = \frac{1}{(1+i)^t},$$

где: i – ставка доходности; t – период времени, год ($t=1 \dots 6$).

2. Рассчитайте величину дисконтированных доходов и затрат на каждый год по формулам:

$$P_{oi} = P_o \cdot L_i \quad \text{и} \quad Z_{oi} = Z_o \cdot L_i.$$

3. Рассчитайте экономический эффект от использования данного агрегата с учетом фактора времени по формуле:

$$\Delta\phi = \sum_{i=1}^6 P_{oi} - \sum_{i=1}^6 Z_{oi},$$

4. Рассчитайте величину удельных затрат по формуле:

$$Y_{3T} = \frac{\sum_{i=1}^6 Z_{oi}}{\sum_{i=1}^6 P_{oi}},$$

5. Сделайте вывод.

Задача 2 «Расчет рентабельности проекта»

Предприятие внедряет 3 изобретения. Исходные данные приведены в таблице 2. Определить какое из них более рентабельное.

Таблица 2 – Исходные данные и результаты расчетов.

Показатели	Изобретение 1	Изобретение 2	Изобретение 3
Инвестиции, тыс. руб.	446,5	750,6	1250
Доходы, тыс. руб.	640,2	977,5	1475,5
Рентабельность, %.			

Методические указания к задаче 2.

Рентабельность изобретения в данном случае может быть рассчитана как соотношение получаемых денежных поступлений к затратам по проекту.

Задача 3 «Метод приведенных затрат»

Разработаны варианты изобретения, рассчитать наиболее эффективный вариант использования метод приведения затрат.

Таблица 3 – Исходные данные и результаты расчетов.

Показатели	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Ваш выбор
1. Инвестиции (K_i), млн. руб.	22500	27600	19700	<input type="checkbox"/>
2. Издержки производства на единицу продукции, руб.	13600	14700	13700	<input type="checkbox"/>
3. Годовой объем производства тыс. шт.	700	1100	2500	<input type="checkbox"/>
4. Затраты на весь выпуск продукции (C_i), млн. руб.				<input type="checkbox"/>
5. Сумма приведенных затрат (Z_{ni}), млн. руб.				<input type="checkbox"/>

Методические указания к задаче 3.

Приведенные затраты можно рассчитать по следующей формуле:

$$Z_{ni} = C_i + \text{Эи} \square$$

где: Эи – эффективность инвестиций (Эи=0,15 или 15%).

4. Методические рекомендации для выполнения самостоятельной работы

Для успешного усвоения материала обучающийся должен кроме аудиторной работы заниматься самостоятельно. Самостоятельная работа является активной учебной деятельностью, направленной на качественное решение задач самообучения, самовоспитания и саморазвития. Самостоятельная работа обучающихся выполняется без непосредственного участия преподавателя, но по его заданию и в специально отведённое для этого время. Условием эффективности самостоятельной работы обучающихся является ее систематическое выполнение.

Целью самостоятельной работы по учебной дисциплине «Информационные технологии в профессиональной деятельности» является закрепление полученных теоретических и практических знаний по дисциплине, выработка навыков самостоятельной работы и умения применять полученные знания. Самостоятельная работа направлена на углубление и закрепление знаний и умений, комплекса профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала. Самостоятельная работа заключается в проработке тем лекционного материала, поиске и анализе литературы из учебников, учебно-методических пособий и электронных источников информации по заданной проблеме, изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку, подготовке к лабораторным работам, выполнению творческих индивидуальных работ.

Виды самостоятельной работы при изучении учебной дисциплины:

Самостоятельное изучение тем дисциплины.

Подготовка докладов

Методические рекомендации к устному опросу

Устный опрос — метод контроля, позволяющий не только опрашивать и контролировать знания обучающихся, но и сразу же поправлять, повторять и закреплять знания, умения и навыки.

Устный опрос позволяет поддерживать контакт с обучающимися, корректировать их мысли; развивает устную речь (монологическую, диалогическую); развивает навыки выступления перед аудиторией.

Принято выделять два вида устного опроса:

- фронтальный (охватывает сразу несколько обучающихся);

- индивидуальный (позволяет сконцентрировать внимание на одном обучающемся).

Самостоятельное изучение темы

Самостоятельная работа предполагает тщательное освоение обучающимися учебной и научной литературы по изучаемым темам дисциплины.

При самостоятельном изучении основной рекомендованной литературы обучающимся необходимо обратить главное внимание на узловые положения, излагаемые в изучаемом тексте. Для этого следует внимательно ознакомиться с содержанием источника информации, структурировать его и выделить в нем центральное звено. Обычно это бывает ключевое определение или совокупность существенных характеристик рассматриваемого объекта. Для того чтобы убедиться, насколько глубоко усвоено содержание темы, в конце соответствующих глав и параграфов учебных пособий обычно дается перечень контрольных вопросов, на которые обучающийся должен давать четкие и конкретные ответы.

Работа с дополнительной литературой предполагает умение обучающихся выделять в ней необходимый аспект исследуемой темы.

Дополнительную литературу следует изучать комплексно и всесторонне на базе освоенных основных источников.

Обязательный элемент самостоятельной работы обучающихся со специальной литературой – ведение необходимых записей. Общепринятыми формами записей являются опорный конспект, презентация

Методические рекомендации по составлению планов - конспектов

Основные требования

План – конспект (опорный конспект) призван выделить главные объекты изучения, дать им краткую характеристику, используя символы, отразить связь с другими элементами. Основная цель опорного конспекта – графически представить осмысленный и структурированный информационный массив по заданной теме (проблема). В его составлении используются различные базовые понятия, термины, знаки (символы) — опорные сигналы.

Опорный конспект представляет собой систему взаимосвязанных геометрических фигур, содержащих блоки концентрированной информации в виде ступенек логической лестницы; рисунка с дополнительными элементами и др.

Для создания опорного конспекта необходимо: изучить информацию по теме, выбрать главные и второстепенные элементы; установить логическую связь между выбранными элементами; представить характеристику элементов в очень краткой форме; выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы; оформить работу.

Критерии оценивания:

Результатом оценивания является отметка «зачтено». Работа оценивается по следующим критериям:

- 1) соответствие содержания теме;
- 2) корректная структурированность информации;
- 3) наличие логической связи изложенной информации;
- 4) аккуратность и грамотность изложения;
- 5) соответствие оформления требованиям;
- 6) работа сдана в срок.

Работа считается засчитанной, если она отвечает требованиям более половины критериев.

Методические рекомендации по составлению информационных сообщений (докладов)

Информационное сообщение (доклад) – есть результат процессов преобразования формы и содержания документов с целью их изучения, извлечения необходимых сведений, а также их оценки, сопоставления, обобщения и представления в устной форме (защиты)

Требования к оформлению

Объем информационных сообщений (докладов) – до 5 полных страниц текста, набранного в текстовом редакторе Word, шрифтом – TimesNewRoman, 14 шрифтом с одинарным межстрочным интервалом, параметры страницы – поля со всех сторон по 20 мм.

Ссылки на литературу концевые, 10 шрифтом. В названии следует использовать заглавные буквы, полужирный шрифт, при этом не следует использовать переносы; выравнивание осуществлять по центру страницы. Данные об авторе указываются 14 шрифтом (курсивом) в правом верхнем углу листа.

Методические рекомендации по подготовке и участию в семинарском занятии

Семинары (от лат. *seminarium* – рассадник) являются продолжением лекционных форм обучения и служат для осмысления и более глубокого изучения теоретических проблем, а также выработке навыков использования знаний. Семинарское занятие дает обучающемуся возможность проверить, уточнить, систематизировать знания, овладеть терминологией и свободно ею оперировать, научиться точно и доказательно выражать свои мысли на языке конкретной науки, анализировать факты, вести диалог, дискуссию, оппонировать.

На семинаре основную роль играет функция обобщения и систематизации знаний. Семинар требует от обучающихся довольно высокого уровня самостоятельности – умения работать с несколькими источниками, сравнивать, как один и тот же вопрос излагается различными авторами, делать собственные обобщения и выводы. Для повышения

эффективности такой работы используются разнообразные формы семинаров, а также семинарско-практические занятия, которые содержат в себе еще и творческую составляющую, позволяющую обучающимся в разных формах формировать не только познавательный опыт, но и практические навыки будущей профессиональной деятельности.

Однако для того, чтобы эффективно подготовиться к семинарскому занятию любого вида, необходимо помнить ряд правил-рекомендаций общего характера:

1. Семинар — это учебное занятие, организуемое в представления докладов
2. По форме проведения эти занятия могут быть организованы как беседа по заранее предложенным вопросам, подготовка докладов или рефератов - коллоквиум.
3. Каждому обучающемуся предоставляется возможность выступить с подготовленным сообщением, сделать дополнение или принять участие в анализе выступлений других участников семинара.
4. При подготовке сообщения следует учесть логику изложения, аргументированность доказательств, требование к лаконичности, продумать план сообщения.
5. Подготовка к занятию начинается с изучения литературы по теме семинара. Поиск информации является одной из важных компетентностей современного профессионала. Поэтому, помимо предложенных источников информации, обучающиеся при подготовке к семинару опираются и на те источники (статьи, монографии, интернет-ресурсы и проч.), которые нашли самостоятельно.

Во время проведения коллоквиума происходит обсуждение под руководством преподавателя широкого круга проблем.

В ходе группового обсуждения обучающиеся учатся высказывать свою точку зрения по определенному вопросу, защищать свое мнение, применяя знания полученные на занятиях по дисциплине и при подготовке к коллоквиуму.

Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся демонстрирует, на сколько глубоко и осознано он усвоил изученный материал.

ПОМНИТЕ: на семинарском занятии от вас ждут не унылого и пресного воспроизведения чужого текста, а активности, выражения самостоятельно найденной позиции, конструктивного разрешения профессионально значимых проблем, сопоставления фактов и идей, оценочных суждений. Все это приблизит вас к реалиям своей профессиональной деятельности.

Рычкова Евгения Сергеевна,

доцент кафедры экономической безопасности и экспертизы АмГУ

Инновации в торговой деятельности: Сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. - 40 с.

Усл. печ. л.